



# Calçados Femininos

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

SETEMBRO | 2014



SEBRAE

SIS

## Catálogos e editoriais de moda

### Fortalecimento da marca para o setor calçadista

Os catálogos e editoriais de moda são importantes instrumentos de divulgação e fortalecimento da marca. Por meio deles, o consumidor pode conhecer o portfólio de produtos, os lançamentos e as tendências. Por serem produtos genuínos de comunicação, devem ser produzidos com fotos inspiradoras e de qualidade, para tornar a marca atrativa ao consumidor e mais rentável para o empresário. A produção de um catálogo ou editorial de moda é uma boa estratégia para os negócios do setor calçadista conquistarem novos clientes e para fidelização dos consumidores já existentes. Uma boa publicação pode compensar a falta de investimento em publicidade, especialmente para os pequenos negócios.

#### EDITORIAL DE MODA

É uma reunião de fotos feitas dentro de uma mesma ideia ou conceito que tem por objetivo divulgar, de maneira artística, as marcas que fizeram parte da produção do ambiente fotográfico e dos looks dos modelos. Os editoriais de moda divulgam a marca e também o trabalho de estilistas, fotógrafos e modelos. Existe também o editorial comercial, no qual todos os produtos fotografados serão disponibilizados para a compra e não apenas para divulgação.



#### CATÁLOGO DE MODA

Indicado para divulgar os produtos de uma ou mais marcas. Ele pode estar disponível em um site com a representação dos produtos; impresso para ser entregue aos fornecedores ou disponibilizado na loja física. O catálogo deve conter fotos, preços, medidas, entre outras informações dos produtos.



**Fontes:** Anacele Guimarães. *A importância dos editoriais de moda*. dDanielaBurity. 2013; *A construção da imagem de moda: editorial*. Portal Educação. 2013; Priscilla Locatelli. *O catálogo de moda como ferramenta efetiva de comunicação com o cliente*. Colóquio de Moda. 2010; Vanessa Versiani. *Catálogos de moda como ferramentas de fortalecimento da marca*. House of Inovattor. 2012; Flávio Russo. *Quem não é visto, não é lembrado – A importância de um bom catálogo no varejo*. Mais moda.com. 2012.

# Etapas do processo

## Para elaborar um editorial

Para a elaboração do editorial, a equipe e todos os elementos que o compõem devem estar em perfeita harmonia. A escolha dos modelos, cenários e *looks* é feita com base no tema definido para o editorial, para que eles se encaixem perfeitamente ao conceito da produção. Veja abaixo as etapas para a produção do editorial:

- 1 Definição do tema:**  
conceito em torno do qual será feita a produção. Para facilitar na definição do tema acompanhe as tendências do setor calçadista em revistas e sites de moda.
- 2 Definição da equipe:**  
é a escolha dos profissionais que trabalharão no editorial. A equipe pode ser contratada temporariamente, apenas para produzir o editorial.
- 3 Pesquisa de referência:**  
realizada em outros editoriais, catálogos de moda, filmes ou em desfiles, contribuem para definição do que será apresentado no editorial. Os fotógrafos auxiliam o produtor com questões de cores, iluminação e posições.
- 4 Escolha dos modelos:**  
os modelos são escolhidos pelo produtor com base na pesquisa de referência.
- 5 Escolha do local do editorial:**  
o local deve ser adequado ao tema do editorial.
- 6 Escolha dos *looks*, *hairs* e *makes*:**  
é escolha da composição dos figurinos, bem como da maquiagem e cabelo dos modelos.
- 7 Roteiro de produção (*storyboard*):**  
nesta etapa as cenas são reproduzidas por meio de desenhos de como serão fotografadas. O roteiro auxilia o produtor na condução do trabalho da equipe. Veja um exemplo de [storyboard](#).

Fonte: A construção da imagem de moda: editorial. Portal Educação. 2013.

## Equipe de profissionais

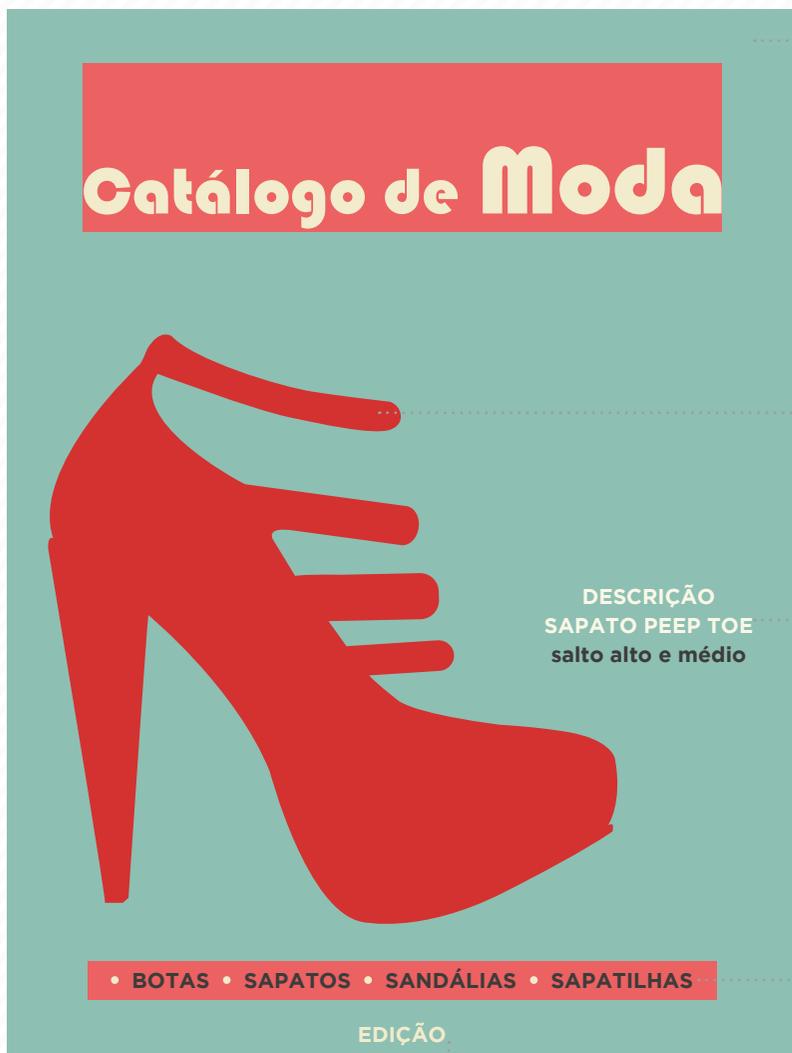
Produtor	Editor	Fotógrafo	Editor de Imagem	Styling	Make/Hair	Assistente de Produção
é o responsável por coordenar e escolher as pessoas da equipe. É responsável por criar o conceito, escolher o ambiente, modelos, peças e acessórios para o editorial.	é o representante do veículo em que o editorial será publicado e, por isso, irá averiguar se os critérios e objetivos da revista, jornal ou site estão sendo aplicados ao	esse profissional deve transmitir por meio da fotografia o conceito que o produtor definiu para o editorial.	irá tratar todas as fotos para melhorar sua qualidade e deixá-las perfeitas. Muitas vezes, o próprio fotógrafo realiza a edição das fotos.	esse profissional obtém todas as peças escolhidas pelo produtor e monta os <i>looks</i> para as fotos, de acordo com o conceito do editorial.	é o profissional responsável por maquiagem e pentear os modelos para as fotos.	é o responsável por solucionar problemas da produção e, muitas vezes, por adequar e montar o cenário das fotos.

Fonte: Editorial de moda: o que é?. Artisticamente. 2013.

# Etapas do processo

## Para elaborar um catálogo

Para elaboração de um bom catálogo é necessário pensar em aspectos como a aquisição ou a elaboração das fotografias e, também, na descrição adequada dos produtos. Veja algumas etapas para a elaboração de um catálogo:



**Definição do conteúdo, tamanho e formato do catálogo:** nessa etapa você define quais produtos serão apresentados no catálogo, qual o tamanho da publicação e o formato dela: *on-line* e/ou impressa.

**Fotografia dos produtos:** as fotos dos produtos são um dos aspectos mais importantes do catálogo, por isso é necessário decidir se há necessidade de contratar um fotógrafo profissional ou se você fará as fotografias dos itens.

**Descrição dos produtos:** a descrição precisa ser sucinta, entre 50 e 150 palavras. Você precisa incluir informações importantes para o cliente como: os benefícios do produto, especificação técnica e o preço de cada item.

**Organização do conteúdo:** definição de como o conteúdo será apresentado e quais serão as seções e os títulos delas no catálogo.

Os empresários do varejo de moda podem disponibilizar os catálogos de seus produtos regularmente para seus clientes ou potenciais interessados, por meio do correio ou da internet.

**Edição do catálogo:** a edição é feita para que as páginas fiquem bonitas e atraentes para o leitor, se o seu catálogo for impresso, uma capa profissional e bem executada fará toda a diferença. Aqui você pode fazer a edição com o uso de ferramentas apropriadas ou contratar um profissional para esse trabalho.

O catálogo deve possuir as informações de contato no verso. Isso inclui o nome da empresa, número de telefone, site, e-mail e endereço acompanhado de um mapa de localização física.

Fonte: [Como fazer um catálogo eficaz](#). Finslab.com. 2013; Valéria Bichara et al. [Criando seu próprio catálogo de produtos](#). Wiki How.



## Ferramentas de auxílio

### Para construção de catálogos e editoriais

Utilizar ferramentas de edição e divulgação de fotos podem facilitar a produção do seu catálogo ou editorial. Confira algumas ferramentas disponíveis no mercado:



#### Instagram

É uma rede social que possibilita o compartilhamento de fotos e microvídeos. Através de um aplicativo é possível produzir e divulgar as fotos em diversas redes sociais. Veja [aqui](#) algumas imagens do perfil da marca de calçados Bottero.



#### Pinterest

Plataforma de imagens que ajuda a planejar e organizar projetos de fotografia. A marca de calçados Kildare publicou no seu perfil oficial o Editorial Primavera-Verão 2013/14, para conferir [clique aqui!](#)

Fonte imagem: <http://goo.gl/pqNZBE>



#### Adobe InDesign

Software pago da Adobe Systems utilizado para organização e diagramação de páginas. Com o InDesign é possível criar, diagramar, visualizar e editar materiais como: revistas, jornais, anúncios, embalagens etc.



Confira também o [Cinemagram](#), aplicativo para celular que permite a criação de vídeos curtos que podem ser compartilhados nas redes sociais. Muito utilizado para a produção de editoriais.

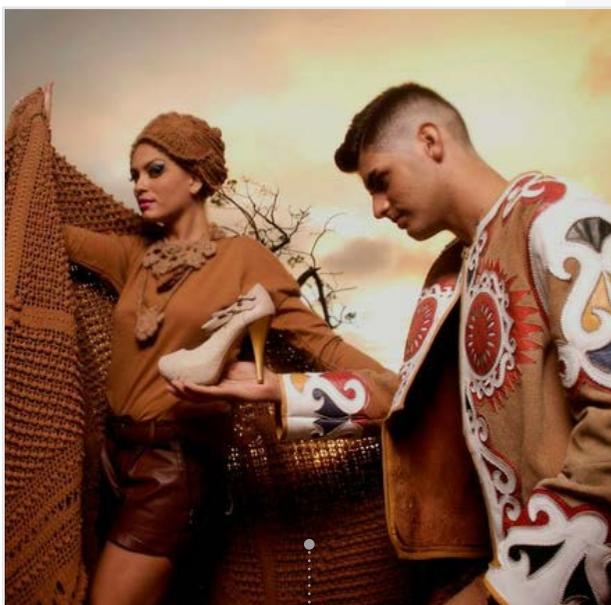
Fonte imagem: Design Collector

Fonte: Revista faz editorial de moda no Instagram. Proxima. 2014;  
Pinterest apresenta serviço de mensagens aos usuários. Revista Exame. 2014.

## Exemplos de Editorial e catálogo de moda

### Gira Calçados 2014

Editorial  
de  
moda



2

O editorial feito para a feira nordestina Gira Calçados 2014, foi inspirado no cangaço, no artesanato e na identidade nordestina traduzida nas cores e texturas do fotógrafo Aladim Monteiro. As referências da produção são da literatura de Ariano Suassuna, do romance de Lampião e Maria Bonita e do filme "Deus e o Diabo na Terra do Sol", do cineasta Glauber Rocha. O cenário foi construído para destacar a sensualidade dos calçados que, em conjunto com a cultura nordestina, dão um sentido único à produção.

 [Clique aqui](#) e veja o vídeo do editorial.

### Toricella

Catálogo  
de  
calçados



3

A marca de sapatos [Toricella](#) é direcionada ao público feminino. A loja comercializa seus produtos por meio de catálogos impressos ou virtuais, e possui revendedores no Brasil todo. O catálogo *on-line* da marca disponibiliza as especificações e fotos dos calçados em diversos ângulos, tudo para orientar e atrair o consumidor.

**Fonte:** Raquel Medeiros. [Identidade nordestina assinala o editorial do "Gira Calçados 2014"](#). Nas entrelinhas. 2014.

**Fonte imagens:** [Toricella](#); [Nas entre linhas](#). 2014.



## AÇÕES RECOMENDADAS



Faça um *briefing* do tema, do conceito e dos recursos que você pretende utilizar para elaborar o catálogo ou o editorial. Veja os [Passos do Sebrae](#) para a elaboração de um *briefing*;



Buscar por cenários incomuns para elaboração do editorial pode ser um diferencial na produção, afinal, locais diferentes despertam interesse e agradam ao público;



Fique atento ao elaborar um catálogo ou editorial, cuide para que os calçados tenham mais destaque do que as roupas ou outros elementos;



Na edição das fotografias do catálogo é preciso ter cuidado para não deixar as fotos muito artificiais ou completamente diferentes do produto original;



Para acompanhar as tendências do setor calçadista em Santa Catarina, participe do evento anual [Santa Catarina Trade Show](#);



Veja o [relatório do SIS](#) com as tendências e novidades apresentadas pelas empresas e marcas calçadistas no Salão Internacional do Couro e do Calçado – SICC 2014;

 **Calçados femininos**  
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA  
SETEMBRO | 2014



**Coordenador:** Marcondes da Silva Cândido  
**Gestor do Projeto:** Douglas Luis Três  
**Conteudista:** Laís Cristina Paggi

**SEBRAE Santa Catarina**  
Endereço: SC 401, KM 01, Lote 02  
Parque Tecnológico Alfa - João Paulo  
CEP: 88030000 - Florianópolis - SC  
Telefone: 48 3221 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um e-mail para:  
[atendimento.sis@sebrae.sc.com.br](mailto:atendimento.sis@sebrae.sc.com.br)

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um e-mail para:  
[falecom.sis@sebrae.sc.com.br](mailto:falecom.sis@sebrae.sc.com.br)

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.